

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM DWI JASA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen



Diajukan Oleh:

MATEUS JEFRI APRIANUS

0912015009/ FEB/ EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN'
JAWA TIMUR
2014

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM DWI JASA SURABAYA

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

MATEUS JEFRI APRIANUS

0912015009/ FEB/ EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN'
JAWA TIMUR
2014

SKRIPSI

Peran Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi
Simpan Pinjan Dwi Jasa Surabaya

Yang diajukan

MATEUS JEFRI APRIANUS
0912015009/ FE/ EM

Telah disetujui untuk ujian skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Dra.Ec. Suhartuti. MM.
NIP. 195502201983032001

Tanggal.....

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi

Drs.Ec. Rahman Amrullah Suwaidi, MS
NIP. 196003301986031003

SKRIPSI

Peran Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi
Simpan Pinjan Dwi Jasa Surabaya

Yang diajukan

MATEUS JEFRI APRIANUS

0912015009/ FE/ EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh :

Dosen Pembimbing :

Dra.Ec. Suhartuti. MM.
NIP. 195502201983032001

Tanggal.....

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr.Muhadjir Anwar,MM

NIP.196509071991031001

USULAN PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM DWI
JASA SURABAYA

Yang diajukan

MATEUS JEFRI APRIANUS

0912015009/FE/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh :

Pembimbing Utama

Tanggal :

Dra. Suhartutik. SE. MM

NIP. 195502201983032001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM

NIP. 196509071991031001

USULAN PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM DWI
JASA SURABAYA

Yang diajukan

MATEUS JEFRI APRIANUS

0912015009/FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Tanggal :

Dr. Suhartutik, SE. MM

NIP. 195502201983032001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM

NIP. 196509071991031001

SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota
Koperasi Kredit Dwi Jasa Surabaya

Disusun oleh:

MATEUS JEFRI APRIANUS
0912015005/ FEB/ EM

telah dipertahankan dihadapan
dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur
pada tanggal 28 Februari 2014.

Pembimbing

Tim Penguji

Dra. Ec. Suhartuti, MM.
NIP. 195502201983032001

Dra. Ec. Suhartuti, MM
Ketua

Dr. Muhadjir Anwar, MM
Sekretaris

Rizky Dermawan SE, MM
Anggota

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr.H.Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM
NIP.196309241989031001

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur pada Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Maksud dan tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Surabaya. Penyusunan skripsi dengan judul PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI KREDIT DWI JASA. Sadar akan keterbatasan dan kemampuan menulis, maka dengan segala kerendahan hati dan keterbukaan diharapkan masukan-masukan dan saran-saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini ingin Penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Suhartuti. MM selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan nasehat, tuntunan serta bimbingan sehingga terealisasi penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh bapak dan ibu dosen serta segenap staff dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

6. Ibu Sri Hartini selaku bendahara dari CU Dwi Jasa dan rekan-rekan karyawan yang telah membantu memberikan informasi dan data untuk skripsi ini.
7. Bapak F.Wardjono dan Ibu Tutik Suryaning Tyas sebagai orang tua Penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa.
8. Rekan-rekan mahasiswa Rendra Arif, M.Syam Yanata, M.Arif dan semua pihak yang telah memberikan bantuan Penulis.

Atas segala amal yang diberikan semoga mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Tuhan YME.

Akhir kata penulis berharap semoga tulisan ini berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan mewujudkan upaya perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 1 Maret 2014
Peneliti

Mateus Jefri Aprianus

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Abstraksi	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah	7
1.3 Tujuan penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil penelitian terdahulu	9
2.2 Landasan teori	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran Jasa	10
2.2.2 Prinsip Jasa	12
2.2.3 Karakteristik Jasa	14
2.2.4 Macam-macam Jasa	15
2.2.5 Kualitas Layanan	17
2.2.5.1 Pengertian Kualitas Layanan	17
2.2.5.2 Dimensi Kualitas Layanan	19
2.2.6 Nilai Pelanggan	22
2.2.7 Kepuasan Pelanggan	24

2.2.7.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
2.2.7.2	Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2.7.3	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.8	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2.9	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3	Kerangka Konseptual.....	31
2.4	Hipotesis.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Definisi operasional dan pengukuran variabel.....	33
3.2	Teknik penentuan data.....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	36
3.3	Teknik pengumpulan data.....	37
3.3.1	Jenis data.....	37
3.3.2	Sumber data.....	37
3.3.3	Pengumpulan data.....	37
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	39
3.4.1	Teknik Analisa.....	39
3.4.2	Model indikator reflektif dan indikator formatif.....	40
3.4.2.1	Model indikator reflektif.....	40
3.4.2.2	Model indikator formatif.....	42
3.4.3	Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS).....	45
3.4.4	Pengukuran Metode Partial least Square (PLS).....	46
3.4.5	Langkah-langkah PLS.....	47
3.4.6	Asumsi PLS.....	49
3.4.7	Ukuran Sampel.....	49
3.4.8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHAS..... 52

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	52
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.2.1	Penyebaran Kuisisioner	52
4.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden	53
4.2.3	Deskripsi Kualitas Layanan (X1)	54
4.2.4	Deskripsi Nilai .Pelanggan (X2)	60
4.2.5	Deskripsi Kepuasan Pelanggan (Y)	61
4.3	Deskripsi Hasil Analisis dan Uji Hipotesisi	63
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas konstruk	63
4.3.2	Uji Inner Model	70
4.4	Pembahasan	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN74

5.1.	Kesimpulan	74
5.2.	Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pencapaian Target dari segi simpanan dan pinjaman CU Dwi Jasa Tahun 2008 - 2012	5
Tabel 1.2	Jumlah Komplain Anggota CU Dwi Jasa Tahun 2010 - 2012...	5
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3.	Frekuensi hasil jawaban Responden Mengenai Dimensi Tangible	49
Tabel 4.4.	Frekuensi hasil jawaban responden Mengenai Dimensi <i>Reliability</i> .	50
Tabel 4.5.	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i>	57
Tabel 4.6.	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Assurance..	58
Tabel 4.7.	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Emphaty....	59
Tabel 4.8.	Frekuensi Jawaban responden mengenai variabel Nilai Pelanggan	60
Tabel 4.9.	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai variabel Kepuasan Pelanggan	62
Tabel 4.10.	Outer Loading First Order.....	64
Tabel 4.11.	Outer Loading Second Order	65
Tabel 4.12.	Outer Weight Second Order	67
Tabel 4.13.	Average Variance Extracte (AVE).....	68
Tabel 4.14.	Hasil Uji Composite Relability	69
Tabel 4.15.	R-square	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2	Kerangka Konseptual	31
Gambar 3.1.	Principal Factor (Reflective) Model.....	42
Gambar 3.2.	Composite Latent Variable (Formative) Model.....	45
Gambar 4.	Model PLS.....	63

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI KREDIT DWI JASA SURABAYA

Oleh :

Mateus Jefri Aprianus

Abstraksi

Kualitas layanan dan nilai pelanggan merupakan salah satu faktor timbulnya penentu kepuasan konsumen dari sebuah perusahaan, Adanya keluhan dan tidak berkembangnya target simpanan maupun pinjaman anggota koperasi kredit Dwi Jasa menjadi perhatian yang menarik untuk diteliti

Sampel penelitian ini adalah anggota kopdit Dwi Jasa Surabaya sejumlah 80 responden dari 609 orang anggota koperasi kopdit Dwi Jasa Surabaya. Partial Least Square (PLS) yang dijalankan dengan bantuan Smart PLS, digunakan untuk menganalisis data. Data yang didapatkan dengan membagikan kuisioner kepada responden dengan skala likert's. Skala likert's .

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan telah didapatkan bahwa : 1) Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan, dapat diterima 2) Nilai Pelanggan berpengaruh positif terhadap Kepuasan , dapat diterima.

Keyword : Kualitas Layanan, Nilai dan kepuasan

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, dengan semakin bertambahnya persaingan antar perusahaan yang satu dengan yang lainnya, baik perusahaan yang bergerak dalam produk dan jasa. Maka semakin disadari pula bahwa pelayanan merupakan salah satu cara atau jurus yang ampuh, agar dapat menarik minat konsumen dalam keputusan pembelian sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Sebagaimana dalam konsep dan tujuan pemasaran, pandangan tradisional dari pemasaran adalah sering kali hanya memfokuskan pada produktivitas dan profitabilitas dari sebuah perusahaan. Seringkali mengabaikan aspek kualitas dari pelayanan. Persepsi ini harus segera diubah. Karena hal tersebut secara lambat laun akan mempercepat kehancuran dari perusahaan. Pentingnya pelayanan bagi sebuah perusahaan merupakan hal yang mempunyai nilai tersendiri bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang dimana akan timbul rasa puas dalam diri konsumen.

Pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan. Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Armstrong (2001 ; 12) adalah hasil dari penilaian pelanggan bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Peningkatan pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Untuk menciptakan layanan yang baik dan bermutu, sebuah perusahaan/lembaga harus menawarkan layanan yang mampu diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Semakin tinggi pelayanan yang dirasakan dibanding harapannya, pelanggan tentu akan semakin puas.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan (lembaga), dimana reputasi perusahaan akan semakin meningkat dimata masyarakat pada umumnya dan konsumen pada khususnya. Oleh karena itu setiap perusahaan perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin. Menurut Tjiptono (2005;25) cara yang dapat ditempuh untuk memenuhi harapan pelanggan dan kebutuhan pelanggan antara lain dengan melakukan pemantauan pelanggan (misalnya dengan observasi, survei, ghost shooping, lost customer analysis).

Kepuasan pelanggan sendiri terdapat apa yang ia rasakan atau diperoleh baik dari barang atau jasa, melainkan ia merasa puas atau kepuasan yang dia inginkan merasa diperoleh dari barang yang ia konsumsi (pasca konsumsi/pembelian), dengan kepuasan yang ia peroleh, pelanggan merencanakan pembelian ulang. Seperti yang dialami oleh para pelanggan/ pengguna mobil Toyota, mereka merasa puas dan sebanyak 75% dari pelanggan yang ada merencanakan pembelian ulang terhadap produk tersebut (kotler,1997;36).

Jasa pelayanan yang diberikan suatu perusahaan atau lembaga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dimana pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Oleh karena itu, suatu lembaga jasa pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya, dimulai dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik. Kualitas layanan dibentuk oleh 5 (lima) dimensi (Shankar Cgelliah dan Hor Wai Mun 2010) yaitu Tangible (bukti fisik), Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (perhatian yang bersifat individu).

Dalam menggunakan suatu produk atau jasa, konsumen akan membandingkan antara biaya atau usaha yang dikeluarkan dengan manfaat atau keuntungan yang telah diperoleh oleh konsumen sehingga terciptanya nilai pelanggan. Nilai pelanggan adalah selisih antara nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total. Nilai pelanggan total adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu (Kotler&Amstrong, 2001).

Menurut Fandy Tjiptono (2011: 331) pada prinsipnya kualitas jasa (dalam hal ini adalah kualitas pelayanan) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kebutuhan

yang kuat dengan perusahaan. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan empati (rasa perhatian) yang lebih, maka konsumen akan merasa puas..

Koperasi kredit Dwi Jasa yang terletak di Jl. Olahraga 3 Ujung Surabaya (BADAN HUKUM : No. 006/BH/KDK/13.30/IX/1998) yang tentu saja bergerak di bidang jasa yaitu simpan pinjam berdiri pada tanggal 24 Agustus 1998. Merupakan salah satu dari banyak Koperasi Kredit (Kopdit) yang berada di kecamatan semampir memiliki visi yaitu lembaga keuangan terpercaya sahabat masyarakat, dikelola secara profesional berlandaskan nilai-nilai dan prinsip operasional serta ramah dalam pelayanan. Tentu saja hal tersebut akan berdampak positif bagi konsumen. Apalagi pendiri atau penggagas daripada kopdit Dwi Jasa ini adalah Tokoh masyarakat sekitar yang memiliki jiwa kepemimpinan dan berpendidikan. Berkaitan dengan aspek sosial, kopdit Dwi Jasa melakukan berbagai kegiatan sosial sesuai dengan Program Kerja Tahunan diantaranya melakukan kunjungan di panti jompo atau panti asuhan, memberikan donatur untuk pengembangan pendidikan pada sekolah-sekolah sekitar, melakukan ziarah kerohanian bersama anggota, dengan begitu akan secara tidak langsung akan meningkatkan nilai kopdit Dwi Jasa dimata anggotanya.

Secara umum berdasarakan Jumlah Simpanan dan pinjaman dari Laporan Keuangan Dan Statistik Tahunan Koperasi Kredit Dwi Jasa pada akhir Bulan Desember 2008 sampai 2012 mengalami peningkatan. Namun jika dilihat dari pencapaian target yang telah ditetapkan, realisasi target simpanan maupun

pinjaman CU Dwi Jasa mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu bahkan cenderung mengalami penurunan.

Tabel 1.1
Pencapaian Target dari segi simpanan dan pinjaman CU Dwi Jasa
Tahun 2008-2012

Tahun	Jumlah Simpanan dan Pinjaman (Rp)	Target (Rp)	PORSENTASE PENCAPAIAN TARGET (%)
2008	2.153.754.000	2.500.000.000	86,15
2009	2.456.354.350	2.700.000.000	90,97
2010	2.758.799.400	3.200.000.000	86,21
2011	3.076.968.900	3.700.000.000	83,16
2012	4.609.795.925	5.620.000.000	82,02
2013	-	5.115.000.000	

LKSB Tahunan KopDit Dwi Jasa 2008-2012

Selain itu selalu juga ada komplain dari anggota yang jumlahnya meski sedikit, fluktuatif atau cenderung mengalami peningkatan beberapa tahun terakhir.

Tabel 1.2
Jumlah Komplain Anggota CU Dwi Jasa
Tahun 2010-2012

Tahun	2010	2011	2012	Jumlah
Komplain				
Kesalahan penulisan	5	3	6	14
Penurunan jumlah deviden	3	5	5	13
Proses administrasi yang lambat	2	1	5	8
dll	1	-	3	4
Jumlah	11	9	19	39

Sumber: KopDit Dwi Jasa

Sesuai teori yang dikemukakan, seharusnya CU Dwi Jasa mengalami peningkatan baik kualitas simpanan dan pinjaman maupun peningkatan pencapaian target yang telah ditetapkan, namun kenyataannya peningkatan kualitas jumlah simpanan dan pinjaman yang tidak diikuti oleh pencapaian target yang telah ditetapkan. Selain itu jumlah komplain yang semakin meningkat mengindikasikan Kualitas layanan dari CU Dwi Jasa tidak mengalami perubahan.

Kondisi inilah yang menarik perhatian penelitian untuk melakukan penelitian guna memahami dan menganalisis lebih dalam mengenai hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota CU Dwi Jasa.

Berdasarkan Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota koperasi kredit Dwi Jasa. Oleh karena itu, diambil judul penelitian “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM DWI JASA SURABAYA”.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota di KopDit Dwi Jasa Surabaya?
2. Apakah nilai pelanggan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota di KopDit Dwi Jasa Surabaya?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di KopDit Dwi Jasa Surabaya.
2. Untuk mengetahui Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah di KopDit Dwi Jasa Surabaya

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperoleh informasi tentang kepuasan anggota kopdit Dwi Jasa Surabaya dalam pembangunan ilmu penelitian dibidang manajemen pemasaran dan sebagai bahan

dalam penelितain-penelitian yang lebih lanjut. Bagi Anggota, Mampu memberikan informasi yang baik dan sejelas-jelasnya pada anggota. Bagi Koperasi, agar dapat memberikan pertimbangan dalam menentukan strategi atau lagkah-langkah yang lebih baik dengan mengetahui faktor – faktor apa saja yang dibutuhkan untuk kepuasan anggota supaya dapat mamenuhi atau meningkatkan target dari tahun ke tahun.